知识管理论坛 ISSN 2095-5472 CN11-6036/C
Knowledge Management Forum

E-mail: kmf@mail.las.ac.cn
http://www.kmf.ac.cn

【面向全社会的知识服务新兴模式专辑】

多元供给格局中的出版知识服务专业人才培养路向研究

丛挺[1] 薛澳[1] 王铮[2]
1. 上海理工大学出版印刷与艺术设计学院 上海 200093
2. 西北大学公共管理学院 西安 710127

摘要：[目的 / 意义] 知识服务多元供给格局的形成给出版知识服务人才培养带来机遇和挑战，如何在保持、继承和发扬出版知识服务传统与特色的同时，有效吸收其他新兴知识服务主体的先进经验，如何积极与多元主体实现交流互鉴和价值共创，成为传统知识服务者在新环境下亟待解决的问题。[方法 / 过程] 聚焦面向知识服务的出版产业变革现状，通过分析出版业关键要素变革、核心功能拓展以及运作模式重构对出版人才培养的指向作用，提出出版人才培养模式的创新方向。[结果 / 结论] 提出出版知识服务"点—线—面—体"多维人才培养路向，即完善出版专业课程体系，促进产学对接联合培养，以人才串联多层级融合，参与多元主体开放创新。

关键词：知识服务　出版　多元供给　人才培养

分类号：G230; G642.0

引用格式：丛挺，薛澳，王铮. 多元供给格局中的出版知识服务专业人才培养路向研究 [J/OL]. 知识管理论坛, 2022, 7(6): 706-715[引用日期]. http://www.kmf.ac.cn/p/326/.

1 背景分析与问题提出

1.1 知识服务多元供给格局的形成与挑战

近年来随着知识经济与数字经济加速融合，加之各类新兴信息技术的影响作用进一步显现，知识生产与传播机制持续变革，传统的知识服务模式与格局正在发生深刻的变化。这一趋势中的重要表现就是面向全社会知识需求的知识服务多元供给格局逐步形成。这种面向全社会的多样化知识服务并行态势见图 1，例如在面向知识消费升级需求的互联网知识服务领域，2016 年被称为互联网"知识付费"元年，这股热潮在其后多年持续延烧，众多商业平台在宣传营销中将"知识服务提供者"作为自身定位，

基金项目：本文系上海市哲社规划基金项目"面向开放科学的上海科技期刊出版服务能力评价与建设研究"（项目编号：2022BTQ001）和上海理工大学编辑出版学国家一流本科专业建设项目（项目编号：10-20-309-008）研究成果之一。

作者简介：丛挺，副教授，博士，E-mail：congting13@163.com；薛澳，硕士研究生；王铮，公共信息资源管理系主任，副教授，博士。

收稿日期：2022-08-05　发表日期：2022-12-30　本文责任编辑：刘远颖

知识管理论坛，2022（6）:706-715
DOI: 10.13266/j.issn.2095-5472.2022.056

大量“知识服务”类内容平台/APP相继上线，“知识服务”普通用户激增；再如在面向高层次决策信息需求的智库知识服务领域，2015年《关于加强中国特色新型智库建设的意见》带动了国内智库建设热潮，智库本身就是依据知识创新成果提供各种“知识服务”的机构[1]。

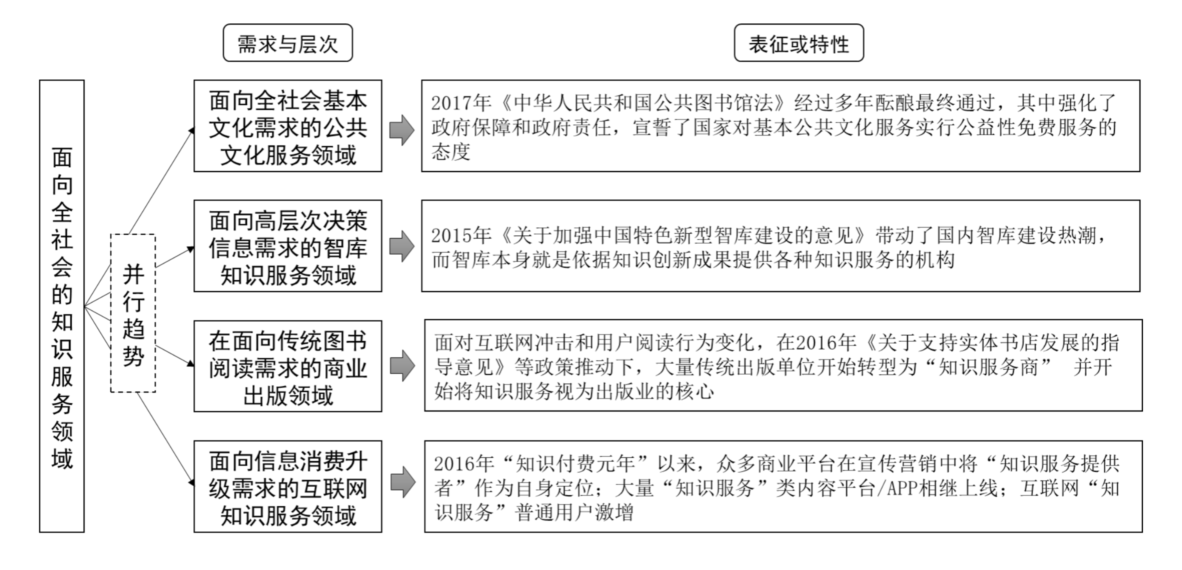


图1 近年来面向全社会的知识服务领域的并行趋势

这种知识服务多元供给格局的形成，本身也受到了全社会知识需求端的拉动。我国社会的快速发展转型投射到文化层面，集中表现为公众知识和文化需求的日益层次化、复杂化和多样化[2]。在超大规模需求端的刺激之下，知识服务的供给端也得到了蓬勃发展。已有研究将当前社会知识服务按照供给主体的不同，划分为权威型知识服务供给、志愿型知识服务供给和商业型知识服务供给等主要模式[3-4]。不同的知识服务供给主体相互补充、相互搭配、相互延伸并相互影响，共同形成错落有致的全覆盖格局，从而满足全社会日益增长的知识文化需求。

上述局面对于知识需求主体来说，有利于其不同层次需求的保障和满足，同时也对各类型知识服务供给主体提出了新的要求。尤其是对于传统的知识服务提供者（如图书馆、教育机构、出版机构等）来说，如何在保持、继承和发扬自身知识服务传统与特色的同时，有效吸收其他新兴知识服务主体的先进经验，如何积极与多元主体实现交流互鉴和价值共创，这些都是传统知识服务者在新环境中亟待解决的问题。

1.2 多元供给格局催化出版知识服务专业人才

出版业作为知识生产与传播体系的重要构成元素，伴随着知识资源建设的持续积累和互联网知识付费模式的日趋成熟，出版知识服务逐渐成为知识服务的新兴领域。自2015年国家新闻出版广电总局启动“专业数字内容资源知识服务模式”试点工作以来，在相关政策引导下，出版单位在专业领域知识体系建设、知识服务标准制定、知识加工、知识生产工具研发、知识服务平台建设、知识服务模式等方面都取得了显著成绩。由全国新闻出版标准化技术委员会组织众多出版单位自主编制的《新闻出版 知识服务 知识资源建设与服务工作指南》《新闻出版 知识服务 知识资源建设与服务基础术语》《新闻出版 知识服务 知识资源通用类型》等7项知识服务系列国家标准相继发布，为出版业知识服务创新发展提供了技术基础和标准保障。越来越多来自出版领域的观点认为，知识服务本就是出版业的核心特征[5]，知识服务并不是



背离出版主业的多元化经营，相反是对于出版核心能力与核心使命的回归[6]。因此可以说，出版业并不是"投身"知识服务，而是早就"置身"于知识服务之中。

然而，正如中宣部出版局副局长李一昕在2021年第三届中国出版业知识服务大会上致辞中强调的，当前出版业知识服务产品形态越来越丰富，平台建设越来越完善，服务模式越来越成熟，但同时也存在满足用户个性化需求不够到位、专业化人才不足、技术落地困难、侵权盗版严重等问题。其中，出版知识服务的专业化人才的培养问题是一项基础性问题，因为人才是新技术的采纳者和应用者，也是新观念的承载者。与显性的资源、技术差异相比，内化于专业人才身上的认知与技能为影响知识服务机构发展的深层次原因。

前述知识服务多元供给格局的形成，对于出版知识服务专业人才培育与队伍建设既是挑战也是机遇，挑战主要表现为：①多元化的知识服务供给主体（尤其是新兴的互联网知识付费商业平台）正在凭借技术、资本、传播等方面的优势，强势解构关于"知识服务"的诠释方式和实践方式，这可能削弱传统的出版业人才培养体系在知识服务领域的话语权；②新兴知识服务主体有可能消解传统出版领域人才的核心竞争力，同时削弱出版领域对于知识服务人才的吸引力。

挑战的另一面也构成了机遇。近年来的知识服务市场发展态势可以发现，知识服务专业人才在多元供给格局中的"跨界流动"正在成为常态。这其中的典型表现就是很多出身于出版领域或传统媒体领域的从业者在新环境中实现个人的"数字化转型"，参与乃至主导互联网知识付费服务平台的发展，成为新兴知识服务模式的重要推动者和创新者。这不应该单纯理解为单向的出版知识服务领域的"人才流失"，而应该视为一种健康的人才流动。这种多元开放格局和资源流动态势为完善出版知识服务专业人才培养路径提供了机遇。可以看到，传统出版业正在产业层面与新兴知识服务主体进行主动对接，重视"人才融合"[7]，以人才为纽带，实现多元主体在内容、技术、渠道等方面的优势互补。

本研究的主旨是在上述背景下讨论多元供给格局中的出版知识服务专业人才培养路向。在阐述知识服务多元供给格局的背景后，重点分析新的知识服务环境对于出版业的变革，并落脚到知识服务发展对出版人才的战略需求，最后结合多元供给格局的特征，提出优化出版知识服务专业人才培养路径的对策建议，以期巩固未来出版业知识服务创新发展。

2 知识服务新环境中的出版业变革态势分析

在知识服务多元供给格局中，区别于其他供给主体，出版机构所提供的知识服务是以信息搜寻、组织、呈现为基础，以知识生产、传播、消费为流程，以满足人的精神文化需要为宗旨，以个人知识社会化、无序知识有序化为目标的社会活动，更强调从社会渠道汲取资源素材，推动知识大规模传播与普及，并具有明显的商业特性[8]。在知识服务驱动的产业环境下，传统以书籍、报刊等有形产品形态为主导的出版产业逻辑逐渐转向用户需求驱动的服务主导逻辑。

为了有效分析知识服务新环境中的出版产业变革态势，笔者借鉴系统论的观点，将全社会的知识服务多元供给格局视为宏观层面的大系统，出版知识服务是大系统中的子系统，大小系统之间相互关联作用。按照分形理论，子系统在一定程度上凝聚了整体系统的特征。系统可以从结构、功能、行为及动态等方面来进行把握。因此，以下就将从出版知识服务的结构、功能和运作3个方面入手对整体态势进行分析。

2.1 面向知识服务的出版系统结构要素变革

系统要素是构成系统的基本组成部分或基本单元，系统对要素起主导和支配作用，而要素的变化则会影响系统的变化。如果将出版视

知识管理论坛，2022（6）:706-715
DOI: 10.13266/j.issn.2095-5472.2022.056

为一个系统，从场景角度分析，传统出版与面向知识服务的新型出版的构成要素存在明显的差异，主要表现为环境要素、服务对象要素和资源要素不同。

传统出版的关键要素是固定阅读环境、读者和版权。具体而言，传统出版系统基于一般状态下阅读学习场景，高度依赖版权资源，面向读者提供标准化的纸质或数字出版产品。面向知识服务的出版系统在重构业务模式的基础下，一方面仍然会保留和充分利用上述支撑要素，另一方面则会将新的关键要素纳入其中，升级其核心能力并有效融入新的市场环境。具体来看，面向知识服务的新型出版的关键要素主要包括泛在化的服务场景、垂直细分用户和多元数据。

首先，场景化服务是未来知识服务的必然趋势，数字驱动环境为用户搭建丰富的消费空间，知识获取不局限于传统的阅读空间和较为集中的时段进行，知识服务具有便携化、移动化等特征。越来越多的出版机构以泛在化的服务场景为导向，由阅读服务向场景化服务转型。例如 2020 年，龙源期刊网主导的“龙源数字文化城市”作为数字城市融媒体项目，获得“2020 中国智慧城市十大推荐案例”，该项目以文化服务、知识服务和生活服务为核心内容，以区块链的确权、溯源、激励机制和模式为开放性平台的基础，对接党政、社会和百姓的需求，实现“让主流回归主流，让阅读连接城市的一切”的目标，探索基于泛在化场景的知识服务模式[9]。

其次，在用户方面，用户是出版知识服务的核心，相比于传统出版环境下较为模糊的读者群体，面向知识服务的出版更强调垂直精准的用户服务。对此，主要基于三点考虑：①由于出版知识服务范围的拓展，原有的书报刊已无法涵盖其业务范围，更多融入到新的数字业态中，用户较传统书报刊读者具有更强的延展性；②由于出版知识服务商业模式的变化，其服务对象并不一定是产品和服务的消费者，更多表现为使用者，用户与实际服务对象更加吻合；③在竞争日趋激烈的市场环境下，根据资源约束和择优性原则，出版知识服务会朝着垂直细分领域发展，并不断提高精准服务能力。上述原因使得垂直细分用户成为出版知识服务的核心要素。

再次，在数据资源方面，数据是出版知识服务的基础，无论是基于专业领域的知识挖掘和服务，还是针对用户个性化的知识推荐服务，其都离不开数据的支撑。具体来讲，出版知识服务的数据要素主要表现为内容数据、用户数据和交互数据。其中，内容数据是出版知识服务的基础和前提，在专业与科技出版领域，大多数出版机构具有丰富的数据资源，并不断扩大数据收集范围，如自然出版集团等出版机构制定科学数据共享政策，要求作者在提交稿件的同时上传相应的科学数据，通过对海量科学数据的挖掘和再利用，可以为出版知识服务提供资源保障。相比于内容数据，出版知识服务对于用户数据和交互数据的需求更为强烈，利用服务平台，出版机构可以积累用户全生命周期行为数据，提升用户知识推荐效果并优化服务形式，同时为选题开发、战略决策提供必要参考。

2.2 面向知识服务的出版核心功能拓展

功能是一个实务或系统在与周围事物或环境发生相互作用时表现出来的特性、能力或本质属性。关于出版功能，方卿教授指出，出版的功能是出版自身所固有的作用于读者或社会的效用及价值，既是出版自身固有的效能，也是出版的外部效应或作用。出版功能是由其本质属性所决定的，出版功能是以规制化复制为核心的知识生产能力这一本质属性的反映[10]。事实上，由于不同时代社会环境的差异，出版功能往往呈现出不同的表达结果。在现有出版功能的系统性研究中，可以看到有“三功能说”[11]“四功能说”[12]和“十功能说”[13]。

根据相关学者的研究，出版核心功能是以其嵌入不同时代的知识生产模式为基础，从 19 世纪初到 20 世纪末，人类知识生产的方式经历

了从“模式 1”到“模式 3”的进化，出版的功能表达也在这一进化过程中不断发生改变[10]。在以兴趣为主导、学科为基础的“知识生产模式 1”条件下，传统出版活动更多是以推动原创知识的社会化为目标。在面向现实社会问题开展研究的“知识生产模式 2”条件下，出版活动呈现出规制化复制个性化、互动生产实时化和发行反馈平台化等功能表现，但用户在其中发挥的作用仍较为局限。

在当下以多层次、多形态、多节点、多主体和多边互动的知识创新系统为基础的“知识生产模式 3”条件下，“社会公众”被纳入到知识生产的主体中，形成“大学—企业—政府—社会公众”的四重螺旋动力机制，出版知识生产与知识服务结为生产—服务共同体，强调兼顾增量资源与存量资源整合，将用户创造内容纳入到知识生产中，在保留原有出版功能的基础上，拓展了面向用户服务的核心功能。即便是在知识门槛较高的专业出版领域，在开放科学浪潮推动下，更广泛的社会行动者也参与其中，推动基于科研众包、科研众筹的开放出版模式[14]。上述这种知识生产动力机制也和本研究所提出的知识服务多元供给格局特征相契合，构成了从“多元知识生产”到“多元知识服务”的上下游关系。

2.3 面向知识服务的出版运作模式重构

所谓模式，指的是遵从某种规则或规律反复出现的思维方式或表现，是针对某一特定环境中某类频繁发生的问题给出的基本解法。表 1 对比总结了面向知识服务的出版模式较之传统出版模式在关键流程节点上的变化。长期以来，传统出版因其稳定的外部环境而形成了一套较为成熟的运作模式。具体而言，传统出版产业运作模式以编辑、复制、发行为核心，内容产品经历选题策划、审稿校对、印制成册、发行销售等链式环节到达读者手中，中间环节周期较长。虽然随着数字印刷、网络营销等技术的引入，出版流程效率明显提升，但供给与需求之间仍存在明显错配，且用户的交流互动程度低，反馈链路单一，难以有效获得用户的需求反馈。以知识服务为核心的出版活动要求对策划、制作、传播、营销、推广、反馈的全流程覆盖，在实现出版将个人知识社会化的目标的基础之上，探索知识精准化供给的内容生产服务模式。知识服务以用户为导向，根据用户的个性化需求提供内容支持，随着技术应用场景的扩大和网络的普及，印刷环节的主导地位被压缩，知识内容不一定依赖于实体书籍的整合，多模态传播更贴合移动场景使用习惯，满足不同类型用户的知识和能力提升需求。

表 1 出版工作流程中关键节点的变化

关键流程节点	传统出版模式	面向知识服务的出版模式
编辑	基于版权资源的封闭式专业内容生产	用户需求牵引和用户参与的半开放式内容生产
制作	封装型产品制作与大规模复制	多模态知识产品制作
发行	产品为主+附加服务	服务即产品

以《三联生活周刊》旗下的知识服务产品三联“中读”为例，该产品改变了传统出版业运作模式，以介于移动碎片化“快阅读”与传统书籍杂志“慢阅读”二者之间的中读状态为切入点，将内容的互联网化与互联网方式的内容生产深度融合，积极构建全媒体传播渠道，通过多源信息高效传播和精准匹配，增进与用户的关系，同时引入“来中读创作吧”“中读·读书会”等热门圈子，优化社群的互动分享和体验。

3 知识服务重塑对出版人才的能力要求

在上述出版业的变革态势中，可以看到新兴信息技术改变了原有的知识生态，出版市场固有形态被打破，出版内容生产、出版物呈现、读者行为都发生了显著变化，知识需求呈现精

知识管理论坛，2022（6）:706-715
DOI: 10.13266/j.issn.2095-5472.2022.056

准化、个性化趋势[10]。多媒体、交互式、社区化的知识服务形式被广泛采用，未来出版人才需要具备更强的服务意识、敏锐的用户洞察力、软硬件技术的适应性，出版人才培养亟需进行全方位升级。

3.1 技术采纳与产品转化能力

数字化、智能化环境下的出版知识服务，无论是主题策划、内容产品开发，还是分发渠道和用户服务都发生了深刻变革，技术创新对出版人才技术能力提出新的要求。在知识内容生产环节，智能技术的引入成为重要趋势。国际教育出版商麦格劳 - 希尔（McGraw Hill）旗下的自适应教学平台 ALEKS，结合知识空间（knowledge space）理念，通过人工智能技术，为用户提供结合基于知识状态的知识资源匹配和个性化教学服务。对此，面向知识服务的出版人才需要在充分理解技术原理的基础上，结合不同领域出版生产的实际需求，探索技术赋能出版的机会和难点。

在用户体验和服务环节，随着基于 5G 的虚拟现实和增强现实技术的广泛应用，用户直接参与体验的知识服务成为可能，通过多感官系统的调动，打造沉浸式、场景式的阅读体验。2021 年，著名的旅游杂志《国家地理》推出交互内容《国家地理探索 VR（National Geographic Explore VR）》，以秘鲁的马丘比丘遗迹和南极探险为主要场景，通过 VR 技术为用户创造沉浸式的探索体验。在注意力经济时代，除了用户主动搜寻知识，更多时候需要运用新的技术手段打造更符合用户兴趣点的视听内容产品，从而吸引用户持续使用。对此，出版人才需要紧跟用户体验和服务趋势，积极探索并尝试引入其他领域先进技术，将其融入未来知识服务场景。

3.2 资源整合与场景设计能力

知识服务以用户为导向，从内容供给向提供知识服务转型，视听效果、交付方式、互动参与、营销手段、广告投放等多种因素影响着用户体验。知识服务已经脱离了简单的知识聚合与连接模式，以用户为中心整合资源并设计场景，基于用户显性或深层次需求的解决方案、策略支持是提升核心竞争力的重要手段。如部分少儿出版机构通过与早教机构合作，打造“阅读服务 + 社区 + 托育”产品，提供分级分龄阅读教育、亲子阅读、阅读测评等产品和服务，探索精准化用户服务[15]；再如石油出版社等专业类出版机构，推出石油百科智能知识互动服务平台，通过建立用户档案，实现知识内容的动态重组和个性化传递，提供基于用户分析、具有预测性质的高级别知识服务[16]。

在现阶段，利用大数据采集和语义分析等技术手段，可以帮助出版知识服务更好地理解用户需求与行为，例如追踪用户的浏览与检索行为，洞察用户的行为习惯与心理偏好，形成覆盖性别、职业、年龄、受教育程度、地域分布、喜好、消费习惯、内容偏好等的立体用户画像，对知识服务的平台设计、推送机制、内容制作、营销推广等具有重要的参考价值。大数据等技术要素的引入，需要出版人才的技能覆盖从文献层面深入到数据层面，不停留于文本内容的编辑策划能力，而是能够将数据化呈现的用户特征和行为进行分析整合，精准分析用户深层次需求，提炼出可落地性的知识服务方案等。

3.3 用户链接与协同工作能力

传统出版拥有经验丰富的选题、编校、发行团队，但对用户深层次需求的及时挖掘和个性化应用场景的开发能力有限。随着全行业数字化程度的加深，用户习惯于通过网络搜索寻求问题解决方案，网络空间提供了海量免费信息资源和丰富的内容选择，单纯的内容信息难以满足多样性、场景性和便捷性的需求。个性化、数据化、协作生产的方式催生了更具有弹性的出版流程。传统出版主要为产品主导逻辑，而知识服务是服务主导逻辑，探索如何提供系统化、套餐式的知识服务或解决方案，吸引用户参与价值共创，在用户的实际使用中实现价值[17]。

未来用户参与价值创造将成为出版服务提

供方获取竞争优势的新源泉[18]。出版企业不应只将目光集中在信息和知识的供给上，而应该深入用户真实情境，关注用户是否实现对知识的有效吸收，以及由此带来认知和行为的改变[6]。这要求出版人才能够更为直接和深入地与用户建立链接，深刻理解服务使用的个性需求和使用情境，并与用户实现工作协同和价值共创，运用专业知识、技术、用户洞察等能力，提供高效、精准的知识服务。尤其是在知识服务多元供给格局中，不同的服务方式，用户的体验感和接受程度不同。通过实体出版物提供服务，需要用户在实体空间中建立使用连接，便携性不高，而网络化的知识服务通过在线平台提供服务资源，满足碎片化需求，同时要求用户具备一定的信息工具操作能力，可以根据个性化需求对服务内容进行调整和选择。在实际使用中，知识服务的提供方式可以是多样的，根据不同的信息载体进行组合变换，探索符合用户使用场景和使用习惯的服务方式。

4 关于出版知识服务“点—线—面—体”多维人才培养路向的建议

上述新型能力对传统的出版专业人才培养方式提出了挑战。传统出版以纸质实物为载体，应用场景较为有限，人才培养模式采取以传统面向书报刊的编辑、校对、印刷、发行出版流程为基础，侧重于出版行业知识和技能的培养，具有明显的线性结构特征；而出版知识服务则跳出单一的出版场景，面向多终端、移动化的泛在服务场景，呈现出由知识生产与传播为核心的复合能力培养模式，本研究对比了不同阶段出版人才培养的特征，如表 2 所示：

表 2 不同时期出版人才培养对比

出版人才培养特征	面向传统出版	面向出版知识服务
培养导向	以印本图书商品为中心	以用户为中心
应用场景	有限的阅读场景，纸质载体	多模态、多终端、移动化的泛在场景
培养模式	线性结构	网状结构
培养理念	特定行业型	复合应用型

为了有效适应知识服务新环境下的出版人才培养需求，本研究一方面立足于出版行业和出版学专业的历史积淀与传统，另一方面着眼于当前的知识服务多元供给格局，构想了基于“点—线—面—体”的多维人才培养路向。

4.1 “点”：巩固立足点，完善出版专业课程体系

如何应对知识经济和新兴信息技术的冲击，是社会知识生产与传播体系中的传统主体所共同面对的问题。尤其是在颠覆性创新浪潮中，出版作为一种传统的技艺、专业、行业和事业，需要思考如何在新的环境中延续自身的传统与基因，发挥社会分工所赋予的使命，同时避免转型风险。正如王勇安等学者指出的，以忽视出版知识生产灵魂的理念指导出版知识服务，无疑淡化乃至牺牲了出版传之于世、公之于众的本质功能[10]。出版知识服务人才培养并不是以抛弃出版本质功能目标为代价，而是在立足其核心目标的基础上，拓展其服务意识和能力。

在这种认知之下，尤其需要重视人才培养的“起点”，即大学教育阶段的出版专业课程体系建设，它承担着未来出版从业者基本的价值观、使命感、事业心塑造。随着现代信息技术的迭代，知识内容的展现空间和表现形式更加丰富，知识服务的呈现方式会更加多元[19]。未来的知识出版人才除了掌握扎实的本学科专业知识和技能外，还应具备宽广的知识面和深厚的知识积累，能够将计算机、外语、经济、管理、写作等知识综合运用于解决实际问题。

为此，高校的出版相关专业课程建设应在

知识管理论坛，2022（6）:706-715
DOI: 10.13266/j.issn.2095-5472.2022.056

原有课程体系基础上，深度嵌入知识服务核心模块，如知识策划、知识产品设计、知识营销、知识运营等，拓展出版人才的应用范围。继而，抽象出相应的能力维度，如海量数据信息挖掘能力、知识内容编创选择能力、数字技术应用转化能力、知识服务运营传播能力等，由相应的课程承接对应的能力维度。

4.2 “线”：贯通培养链，促进产学对接联合培养

在快速发展的知识服务环境中，以编、印、发为基础构建的出版专业课程框架已不能完全满足面向知识服务的出版行业需求。出版机构实践与出版专业教育之间，需要形成更为开放的相互牵引的格局。出版实践机构拥有强大的平台资源，需要吸纳专门化高水平人才，建立强大的人才储备库；大学相关专业具有相对成熟的培养体系和持续的人才供给；而对出版人才（包括未来从业者）而言，在专业技能学习的基础之上，需要通过实践进行检验。基础知识体系固然重要，知识和能力共同驱动的出版人才培养才能应对行业飞速的变化。

为此，需要实践单位和培养单位进行更深层次的“双向赋能”和“双向嵌入”。已有研究根据新的时代特点与现实需求，提出进行课程链重构是确保出版专业人才高质量发展的重要一环 [20]，从出版业最新的人才需求出发，立足现代传播理念的发展和技术应用深化的趋势，探索课程体系重构规则和可行方案。在此基础之上，还需要打破大学和出版单位之间的无形围墙，将课程链延伸为培养链，即出版知识服务行业应及时参与到出版人才培养环节，积极为人才提供了解当前数字媒体时代知识服务市场变化的窗口，提供更多可以进入实践应用平台、进入更多样实践平台的途径，参与建立良性有效的快速反馈机制；同时，出版专业培养单位应该主动“前置”和“后延”相关培养和教学科研活动，在学生学制培养年限之内提供接触实践的渠道，同时为实践机构提供专业咨询等社会服务，以培养输送的专业人才为纽带，强化出版业业界与学界的联系。

4.3 “面”：拓展基本面，以人才串联多层级融合

在知识服务多元供给格局中，不同主体所在行业间的边界日益模糊，相互渗透、相互融合的趋势日益明显。已有研究提出了知识服务在产品层、运营层、产业层等多个层级的融合 [7]。而相比内容、渠道、技术等客观要素，人才作为鲜活的有机生命体，将起到串联知识服务多层级融合的催化作用。

相较之其他新兴知识服务供给主题，出版领域的优势之一在于其拥有支撑行业发展的学科知识体系和人才培养体系，拥有较为成熟的行业共同体和专业共同体，这构成了出版知识服务的“基本面”。在此基础上，需要以出版专业人才为触手，从横向和纵深对这一基本面进行延伸。在横向上，出版专业人才培养应由封闭式的固有知识灌输向开放式的能力导向转变，需要贯通上述培养链。借鉴和引用“旋转门”机制，不仅让专业学生及各类培养对象兼具专业基础知识和实践经验，也促进培养者如专业师资更加深入全面地接触行业前沿，如在出版机构内进行挂职和轮岗，同时积极聘用来自出版实践界的“行业导师”；在纵深上，需要培养了解数据融合、流程融合、业态融合的复合型人才，使之能够胜任不同主体、不同层面之间的沟通者角色。

4.4 “体”：打造协作体，参与多元主体开放创新

如果说上述“点—线—面”维度仍然局限在出版领域范畴内部，那么“体”维度则适应了前述知识服务多元供给的格局。在多元供给格局下，包括出版、教育、培训在内的广义知识产业将迎来新一轮的洗牌和重组，相较过去由生产端牵引的产业融合，这一轮产业融合基本上是由需求驱动的，所带来的影响更为深远 [6]。出版机构想要在知识服务新格局中立足，一方面需要放下统治上下游产业链的思维，重视自身特有生态位和价值生长点的培育，另一方

面要积极与其他主体进行链接，寻求与相关领域主体的广泛合作，在开拓市场空间的同时扩大自身优势，在守住自身固有阵地的基础上进行开拓。

落脚到出版知识服务专业人才培养上，本文所阐述的多元供给格局并不仅仅是面向知识受众供给知识产品，其实这种格局也为出版人才的培养提供了多样化的人才输出渠道、人才流动机会和人才培养平台。在现实中，传统出版机构正在广泛且深入地与互联网平台、教育行业、咨询行业、个人自媒体等多元主体进行合作，在这一过程中，来自出版行业的从业者在持续发挥和优化自身对于内容产品设计、策划、加工、修饰、整合等方面的能力，这些来自合作一线的能力滋养反过来也在丰富着出版专业的学科知识基础。因此，在未来的多元主体协作中，不仅应重视技术、渠道的融合，也需要重视深度的人才融合。

5 结语

2022 年 4 月，中共中央宣传部印发的《关于推动出版深度融合发展的实施意见》明确提出，要创新内容呈现传播方式，充分把握数字时代不同受众群体的新型阅读需求，推出更多广为读者接受、适合网络传播的数字出版产品和服务 [21]。出版知识服务产业方兴未艾，新颖的视听体验，多屏幕的交互阅读，专业化的知识产品，向出版行业展示了人与技术相辅相成的价值空间。人才储备是行业可持续发展的重要力量，未来，无论是面向大众还是面向机构的知识服务，知识产品的深度细分和模式创新将为行业发展带来新的机遇和挑战。出版行业应立足知识服务发展的总体趋势，进一步加强“传统专业优势”与“新兴技术”的深度融合，大胆创新出版人才的培养模式，为出版深度融合与知识社会发展贡献重要的力量。

参考文献：

[1] 耿瑞利 , 申静 . 基于开放式创新的智库知识管理模型构建及应用 [J]. 图书情报工作 , 2017, 61(2): 121-128.

[2] 马雪松 . 回应需求与有效供给 : 基本公共文化服务体系建设的制度分析 [J]. 湖北社会科学 , 2013(10): 35-38.

[3] 王铮 . 点亮知识服务多元供给格局中的公共价值 [J]. 图书馆论坛 , 2020(8): 13-15.

[4] 王铮 , 刘彦芝 . 在线知识付费平台的市场机制探究——兼论对知识平台市场机制缺陷的应对与干预 [J]. 图书情报知识 , 2018(4): 24-31.

[5] 中国出版传媒网 . 邬书林 : 与时俱进的知识服务需要寻找新的平衡点 [EB/OL]. [2022-09-01]. http: //www.cbbr.com.cn/article/128526.html.

[6] 丛挺 , 陈晔 . 我国出版企业知识服务创新发展困境与出路探析 [J]. 出版广角 , 2017(7): 10-12.

[7] 梁思雨 , 丛挺 , 程海燕 . 基于多层级的知识服务融合发展研究 [J]. 中国编辑 , 2018(11): 29-34.

[8] 方卿 , 王一鸣 . 论出版的知识服务属性与出版转型路径 [J]. 出版科学 , 2020, 28(1): 22-29.

[9] 张雪娇 . “龙源数字文化城市”获得中国智科会“智慧城市十大推荐案例”[EB/OL]. [2022-09-01]. https: //www.chinaxwcb.com/info/568550.

[10] 王勇安 , 鲍柳康 . 出版的本质功能与出版知识服务的范式重构 [J]. 陕西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2022, 51(2): 112-120.

[11] 方卿 . 出版学基础 [M]. 武汉 : 武汉大学出版社 , 2022: 36.

[12] 罗紫初 . 出版学理论研究述评 [J]. 出版科学 , 2002(S1): 4-11, 17.

[13] 周蔚华 . 重新理解当代中国出版业 [J]. 出版发行研究 , 2020(1): 5-15.

[14] UNESCO. Recommendation on open science[EB/OL]. [2022-09-01]. https: //en.unesco.org/science-sustainable-future/open-science/recommendation.

[15] 马兴民 . 把用户导向贯穿于出版融合发展全过程 [J]. 中国出版 , 2022(12): 45-47.

[16] 方卿 , 丁靖佳 , 王嘉昀 . 数字出版知识服务进展与启示 [J]. 数字图书馆论坛 , 2021(7): 2-9

[17] 吴琼 , 朱松林 . 服务创造价值 : 出版业的服务主导逻辑 [J]. 出版发行研究 , 2015(6): 16-19.

[18] 蒋骁 . 服务主导逻辑下的新兴出版模式研究——服务本质与概念框架 [J]. 出版发行研究 , 2015(9): 19-22.

[19] 张利洁 , 张艳彬 . 传统出版知识服务转型探究 [J]. 编辑之友 , 2020(1): 46-50.

[20] 王欢 . 智媒时代新型出版人才培养新思路 [J]. 新闻研

知识管理论坛，2022（6）:706-715
DOI: 10.13266/j.issn.2095-5472.2022.056

究导刊 , 2019, 10(18): 48-49.
[21] 中共中央宣传部 . 中共中央宣传部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》的通知 [EB/OL]. [2022-05-01]. https: //www.nppa.gov.cn/nppa/contents/279/103878.shtml.

作者贡献说明：
丛 挺：提出研究选题与框架思路，修改论文；
薛 澳：撰写论文初稿，修改格式；
王 铮：参与研究背景、对策建议部分撰写，修订论文。

Research on the Training of Publishing Knowledge Service Professionals in the Multi Supply Pattern

Cong Ting[1] Xue Ao[1] Wang Zheng[2]
1.School of Communication and Art Design, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093
2.Public Administration School, Northwest University, Xi’an 710127

Abstract: [Purpose/Significance] The formation of the diversified energy supply pattern of knowledge service has brought opportunities and challenges to the cultivation of publishing knowledge service talents. How to effectively absorb the advanced experience of other emerging knowledge service subjects while maintaining, inheriting and carrying forward the tradition and characteristics of publishing knowledge service, and how to actively exchange and learn from each other and create value with multi subjects. These are the problems that traditional knowledge service providers need to solve in the new environment. **[Method/Process]** Focusing on the current situation of the reform of the publishing industry facing the knowledge service, this paper put forward the innovative direction of the publishing talent training mode by analyzing the guiding role of the reform of the key elements of the publishing industry, the expansion of the core functions and the reconstruction of the operation mode. **[Results/Conclusion]** Put forward the multi-dimensional talent training direction of “point-line -plane-body” of publishing knowledge service, that is, to improve the curriculum system of publishing specialty, promote the joint training of industry and university, and participate in the open innovation of multi-disciplinary subjects by means of talent series and multi-level integration.

Keywords: knowledge service publication multiple supply talent training